

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan yang listing di BEI selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2017, yang didokumentasikan dalam www.idx.co.id serta sumber lain yang relevan seperti Indonesia Capital Market Directory (ICMD). Data yang diambil berupa data panel untuk perusahaan-perusahaan pada pertambangan yang listing di BEI pada tahun 2015-2017.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka. Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data-data sekunder yaitu berasal dari sumber yang ada. Data sekunder pada penelitian ini dapat diperoleh dengan mengakses website www.idx.go.id.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2014: 80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2017 dikarenakan untuk mengetahui tren perkembangan terbaru perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dan melakukan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan melakukan agresivitas pajak karena pendapatan yang diperoleh relatif besar.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2014: 80). Metode pengambilan sampel yang diambil dari populasi perusahaan manufaktur menggunakan purposive sampling. Metode purposive sampling adalah pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu sehingga sampel penelitian ini menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017
2. Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2015-2017 di IDX.
3. Mengungkapkan CSR disclosure dalam laporan tahunan.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu variabel independen dan dua dependen. Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Corporate social and responsibility. Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak dan Media Exposure. Berikut adalah definis dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Corporate social and responsibility, dimana pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Pada penelitian ini mengadopsi indikator penelitian Lanis dan Richardson (2013) dengan menggunakan instrumen interogasi, check list dan keputusan yang relevan. Pengukuran check list ini dilakukan dengan mencocokkan item pada check list dengan item yang diungkapkan perusahaan. Indikator tersebut seperti yang digunakan di Indonesia oleh Sembiring (2005) karena lebih sesuai dengan keadaan perusahaan di Indonesia, dimana pengungkapan CSR-nya masih bersifat umum dan belum rinci. Indikator ini terdiri atas tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Adapun langkah – langkah yang perlu dilakukan yaitu:

- a) Membuat suatu daftar pengungkapan sosial. Daftar disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing – masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapannya pada laporan yang bersangkutan.
- b) Menentukan indeks pengungkapan sosial untuk perusahaan berdasarkan daftar pengungkapan sosial. Dalam menentukan indeks ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 1. Pemberian skor pengungkapan bersifat dikotomi, dimana sebuah item pengungkapan diberi skor 1 apabila diungkapkan dan diberi skor 0 jika tidak diungkapkan. Menggunakan model pengungkapan yang tidak diberi bobot sehingga memperlakukan semua item pengungkapan secara sama.
 2. Skor yang diperoleh dijumlahkan untuk mendapatkan skor total
 3. Perhitungan indeks dilakukan dengan cara membagi skor total dengan skor total yang diharapkan. Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR yaitu:

$$TCSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

TCSRI_i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

$\sum X_{yi}$: Nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

y : Item yang diharapkan diungkapkan

n_i : Jumlah item untuk perusahaan i, n_i ≤ 91.

3.4.2 Variabel Independen

3.4.2.1 Agresifitas Pajak

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah Effective Tax Rates (ETR). ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu dan untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah (Lanis dan Richardson, 2013). Proksi ETR dapat dihitung dari :

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

Semakin baik nilai Effective Tax Rates ditandai dengan semakin rendahnya nilai Effective Tax Rates perusahaan tersebut. Semakin rendah nilai ETR maka perusahaan semakin agresif terhadap pajak.

3.4.2.2 Media Exposure

Perusahaan senantiasa memperlihatkan pelaksanaan tanggung jawab social dan lingkungan sebagai bentuk jaminan dan usaha perusahaan untuk mendapatkan legimitasi dari *stakeholder-nya*.

Hal ini sangat penting untuk membangun reputasi sebagai perusahaan dengan aspek operasional yang tidak hanya berpusat pada pencapaian laba secara optimal tetapi juga sebagai perusahaan yang mengutamakan *stakeholder*. Media merupakan alat bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholder-nya*, melalui media perusahaan dapat membagikan informasi yang menurut manajer penting untuk di publikasikan sehingga akan menguntungkan perusahaan. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi, 2016) dalam penelitian ini untuk mengukur pengungkapan media juga dilakukan dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* di website, Koran bisnis Indonesia, Kompas, Republika, dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan *corporate social responsibility*

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No.	Variabel	Konsep	Indikator	Sumber
1.	Corporate Social Responsibility (Y)	Corporate social and responsibility, dimana pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. GRI-4	menggunakan instrumen interogasi, check list dan keputusan yang relevan. Pengukuran check list ini dilakukan dengan mencocokkan item pada check list dengan item yang diungkapkan	Lanis dan Richardson (2013)

			<p>perusahaan. rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR yaitu:</p> $TCSR_i = \frac{X_{yi}}{n_i}$	
2.	Agresivitas Pajak (X_1)	<p>Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun ilegal.</p>	<p><i>ETR</i></p> $= \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$	Lanis dan Richardson (2013)
3.	Media Exposure (X_2)	<p>“Media Exposure is also examined in the view of the Legitimacy theory, the firm’s visibility is raised by total amount of the Media Coverage, which leads to higher public attention, it shows the positive relationship between the Media Exposure and disclosure. Higher the corporation is exposed to media, more it will be disclosing information”</p>	<p>Jumlah tentang pemberitaan CSR setiap perusahaan pada <i>Website</i>, Koran <i>Bisnis Indonesia</i>, <i>Kompas</i> dan <i>Republika</i></p>	Andreas Desmiyanti dkk (2015)

Sumber: Data yang diolah kembali

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali, (2011) statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi, nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum pada masing-masing variabel yaitu agresivitas pajak dan Media Exposure terhadap CSR.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi digunakan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2011:130). Analisis regresi yang dilakukan dengan metode Ordinary Least Square (OLS) harus memenuhi syarat uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011). Uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila nilai residual yang dihasilkan tidak terdistribusi secara normal, maka uji statistik menjadi tidak valid. Cara untuk mendeteksi apakah variabel terdistribusi secara normalitas, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar dalam pengujian normalitas ini adalah :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas .

Apabila pendeteksian normalitas hanya dengan cara melihat grafik, maka hasil yang didapat akan menyesatkan karena kemungkinan ketidak hati-hatian secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik menunjukkan ketidak normalan dalam pendistribusian. Oleh sebab itu, dalam pengujian normalitas selain uji grafik harus dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.5.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. (Ghozali, 2011). Uji autokorelasi dapat dideteksi dengan berbagai macam cara salah satunya menggunakan run test. Run test merupakan bagian dari statistik non parametrik yang digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Hubungan korelasi dapat dikatakan acak apabila antarresidual tidak terdapat hubungan korelasi (Ghozali, 2011).

H_0 : residual(res_1) random (acak)

H_1 : residual (res_1) tidak random

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual menghasilkan tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadinya Homoskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi yang akan diuji, yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di - studentized (Ghozali,2011). Dasar analisis dalam pengujian ini adalah :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6 Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model *Analisis Regresi Linier Berganda*. Analisis Regresi Linier Berganda ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen Agresivitas pajak dan Media Exposure terhadap variabel dependen *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 \text{AGRESIFITAS PAJAK} + \beta_2 \text{MEDIA EXPOSURE} + e$$

Keterangan:

TCSR : Total CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan

α_0 : konstanta

β_1, β_2 : Koefisien variabel

e : error

3.6.1 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2011) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol.

3.6.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2011) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu menggunakan quick look yang berarti H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5% apabila nilai F lebih besar daripada 4 dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel yang berarti apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

3.6.3 Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2011) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji t yaitu dengan quick look yang artinya apabila jumlah df adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka H_0 yang menyatakan $\beta_i=0$ dapat diolak bila nilai t lebih besar dari 2 dan dengan cara membandingkan nilai t hasil dengan titik kritis menurut tabel. Apabila t hasil lebih tinggi daripada t tabel, maka H_A yang menyatakan variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.